BAB II

STUDI KELAYAKAN BISNIS DAN ANALISIS SWOT

A. Pengertian umum Studi Kelayakan Bisnis

1. Definisi Studi Kelayakan Bisnis menurut para ahli

a. Menurut Husein Umar "Studi Kelayakan Bisnis adalah suatu penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidak layaknya bisnis dibangun, tetapi juga pada saat dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan."[1]

b. Husein Umar juga mengatakan bahwa studi kelayakan bisnis adalah penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidak layak bisnis dibangun, tetapi juga saat dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan, misalnya rencana peluncuran produk baru.[2]

c. Menurut Kasmir dan Jakfar "Studi Kelayakan Bisnis adalah suatu kegiatan yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidaknya usaha tersebut dijalankan.3

---

[1] Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis, Edisi Ketiga* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005),8
[2] Ibid
[3] Kasmir dan Jakfar, Studi Kelayakan Bisnis, Edisi Revisi(Jakarta:Kencana,2012),7

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Studi kelayakan peroyek atau bisnis adalah penelitian yang menyangkut berbagai aspek baik itu dari aspek hukum, sosial, ekonomi dan budaya, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi sampai dengan aspek manajemen dan keuangannya, dimana itu semua digunakan untuk dasar penelitian studi kelayakan dan hasilnya digunakan untuk mengambil keputusan apakah suatu proyek atau bisnis dapat dikerjakan atau ditunda dan bahkan tidak dijalankan.

2. **Aspek-aspek dalam Studi Kelayakan Bisnis :**[4]

1) Aspek hukum

Menyangkut semua legalitas rencana bisnis yang akan kita laksanakan yang meliputi ketentuan hukum yang berlaku diantaranya :

a. Izin lokasi
b. Akte pendirian pierusahaan dari notaris setempat PT/CV atau berbentuk badan hukum lainnya.Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
c. Surat tanda daftar perusahaan
d. Surat izin tempat usaha dari pemda setempat
e. Surat tanda rekanan dari pemda setempat
f. SIUP setempat

[4] Parta Setiawan," Pengertian Studi Kelayakan Bisnis Terlengkap", http://www.gurupendidikan.com/pengertian-studi-kelayakan-bisnis-terlengkap/,28 Januari 2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Aspek sosial, ekonomi dan budaya

Menyangkut dampak yang diberikan kepada masyarakat sekitar,karena adanya suatu kegiatan usaha tersebut, diantaranya:

a. Dari sisi budaya, apa dampak keberadaan bisnis kita terhadap kehidupan masyarakat, kebiasaan adat setempat, dan lain-lain.
b. Dari sudut ekonomi, seperti seberapa besar tingkat pendapatan per kapita penduduk, apakah proyek dapat mengubah atau justru mengurangi income per capita penduduk setempat, pendapatan nasional atau upah rata-rata tenaga kerja setempat atau UMR.
c. Dan dari segi sosial, apakah dengan adanya bisnis kita, menjadi semakin ramai, lalu lintas semakin lancar, adanya jalur komunikasi, penerangan listrik dan lainnya, pendidikan masyarakat setempat dan untuk mendapatkan itu semua adalah dengan wawancara, kuesioner, dokumen, dan lain-lain. Untuk melihat apakah suatu proyek layak atau tidak dilakukan dengan membandingkan keinginan investor atau pihak yang terkait dengan sumber data yang terkumpul.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) Aspek pasar dan pemasaran

Menyangkut apakah ada peluang pasar untuk produk yang akan dihasilkan oleh kegiatan usaha yang dilakukan, dapat dilihat dengan hal-hal berikut :

a. Potensi pasar
b. Jumlah konsumen potensial, konsumen yang mempunyai keinginan atau hasrat untuk membeli.
c. Tentang perkembangan atau pertumbuhan penduduk
d. Daya beli, kemampuan konsumen dalam rangka membeli barang mencakup tentang perilaku, kebiasaan, preferensi konsumen, kecenderungan permintaan masa lalu, dan lain-lain.
e. Pemasaran, menyangkut tentang starategi yang digunakan untuk dapat meraih sebagian pasar potensial atau pelung pasar atau seberapa besar pengaruh strategi tersebut dalam meraih besarnya market share.

4) Aspek teknis dan teknologi[5]

Menyangkut pemilihan lokasi, alat-alat, yang sesuai dengan hasil yang diinginkan, lay out, serta pemilihan teknologi yang sesuai.

[5] B. Nazibuloh," STUDI KELAYAKAN BISNIS SERTA ANALISIS ASPEK-ASPEKNYA", http://www.saparil.com/2015/10/studi-kelayakan-bisnis-serta-analisis-aspek-aspeknya.html,28 januari 2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam aspek teknik dan teknologi ini yang perlu di analisis ialah mengenai bagaimana teknik serta teknologi yang di gunakan selama produksi. adapun yang perlu di analisis ialah :

a. Strategi Produksi, dimana dalam hal ini anda harus memikirkan bagaimana cara/strategi supaya hasil produksi perusahaan bisa mengungguli kompetitornya di pasaran tentunya dengan adanya inovasi pada hasil produk.
b. Pemeliharaan dan Perencanaan Produk, produk yang telah di hasilkan terus di tingkatkan kualitasnya serta rencanakan opsi lain yang bisa di kembangkan selain produk utama tadi untuk menambah keanekaragaman produk sehingga berimbas pada pendapatan perusahaan.
c. Rencana Kualitas Produk, coba rencanakan bagaimana kualitas produk yang ingin di capai, tentunya utamakan kepuasan konsumen sehingga membuat konsumen ingin untuk membeli lagi.
d. Teknologi yang digunakan, analisis juga apa saja teknologi yang bisa di gunakan dalam proses produksi untuk menambah jumlah hasil produksi ataupun meningkatkan kualitas hasil produksi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. Kapasitas Produksi, rencanakan dan analisis pula dalam hal kapasitas produksi yang akan dilakukan dalam sekali produksi, untuk permulaan pastikan bahwa produk yang dibuat sebanding dengan pemasukan dari hasil penjualan produksi.

f. Lokasi Pabrik, ini merupakan hal penting yang harus di analisis, lokasi pabrik merupakan aspek penentu dalam hal pemasaran. usahakan lokasi pabrik di pinggir jalan atau akses yang mudah di lalui kendaraan serta dekat dengan pasar untuk mempermudah penjualan serta mempersingkat waktu dan mengurangi resiko beban penjualan.

5) Aspek Manajemen

Dalam aspek manajemen biasanya menyangkut hal-hal mengenai intern perusahaan. Dimana hal yang perlu di analisis dari aspek manajemen ini antara lain :

a. Anggaran Biaya Produksi, dimana di dalamnya mencakup perhitungan anggaran bahan baku, biaya tenaga kerja, serta biaya overhead pabrik/BOP.

b. Struktur Organisasi, analisis struktur organisasi jelas sangat dibutuhkan karena untuk memberikan informasi mengenai kepemilikan, tahapan jabatan serta tugas

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dari semua karyawan atau orang yang terlibat dalamperusahaan.

6) Aspek keuangan

Menyangkut sumber dana yang akan diperoleh dan proyeksi pengembaliannya dengan tingkat biaya modal dan sumber dana yang bersangkutan.

3. **Tahapan dalam Studi Kelayakan Bisnis**[6]

a) Penemuan Ide

Agar dapat menghasilkan ide proyek yang dapat menghasilkan produk laku untuk dijual serta menguntungkan diperlukan penelitian yang terorganisasi dengan baik serta dukungan sumber daya yang memadai.

Jika ide proyek lebih dari satu, maka dapat dipilih dengan memperhatikan:

a. Ide proyek sesuai dengan kata hatinya
b. Pengambil keputusan mampu melibatkan diri dalam hal-hal yang sifatnya teknis
c. Keyakinan akan kemampuan proyek menghasilkan laba.

[6] Harry Marobi," TAHAPAN-TAHAPAN STUDI KELAYAKAN BISNIS", http://harrymarobi.blogspot.co.id/2013/11/tahapan-tahapan-studi-kelayakan-bisnis.html,28 Januari 2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Tahap Penelitian

Setelah ide proyek terpilih, kemudian dilakukan penelitian yang lebih mendalam dengan metode ilmiah berikut:

1. Mengumpulkan data
2. Mengolah data
3. Menganalisis dan menginterpretasikan hasil pengolahan data
4. Menyimpulkan hasil
5. Membuat laporan hasil

c) Tahap Evaluasi.

Evaluasi yaitu membandingkan sesuatu dengan satu atau lebih standar atau kriteria yang bersifat kuantitatif ataupun kualitatif.

Ada 3 macam evaluasi yaitu :

1. Mengevaluasi usaha proyek yang akan didirikan
2. Mengevaluasi proyek yang akan dibangun
3. Mengevaluasi bisnis yang sudah dioperasionalkan secara rutin

Dalam evaluasi bisnis yang akan dibandingkan adalah seluruh ongkos yang akan ditimbulkan oleh usulan bisnis serta manfaat atau benefit yang akan diperkirakan akan diperoleh.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d) Tahap Pengurutan Usulan yang Layak.

Jika terdapat lebih dari satu usulan rencana bisnis yang dianggap layak ,maka perlu dilakukan pemilihan rencana bisnis yang mempunyai skor tertinggi jika dibanding usulan lain berdasar kriteria penilaian yang telah ditentukan sebelumnya.

e) Tahap Rencana Pelaksanaan.

Setelah rencana bisnis dipilih maka hal selanjutnya perlu dibuat rencana kerja pelaksanaan pembangunan proyek. Mulai dari penentuan jenis pekerjaan, jumlah serta kualifikasi tenaga perencana, ketersediaan dana serta sumber daya lain serta kesiapan manajemen.

f) Tahap Pelaksanaan.

Dalam realisasi pembangunan proyek diperlukan manajemen proyek. Setelah proyek selesai dikerjakan tahap selanjutnya iyalah melaksanakan operasional bisnis secara rutin. Agar selalu bekerja secara efektif serta efisien dalam rangka meningkatkan laba perusahaan, dalam operasional diperlukan kajian-kajian untuk dapat mengevaluasi bisnis dari fungsi keuangan, pemasaran, produksi serta operasi.

Hasil studi kelayakan bisnis dapat berupa dokumentasi lengkap dalam bentuk tertulis yang diperlihatkan bagaimana

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

rencana bisnis memiliki nilai-nilai positif bagi aspek-aspek yang diteliti, sehingga akan dinyatakan sebagai proyek bisnis yang layak.

4. Etika dalam Studi Kelayakan Bisnis[7]

Aspek moral serta etika dalam bisnis, khususnya dalam studi kelayakan bisnis menjadi hal yang sangat penting. Perilaku etis mengacu kepada norma-norma atau standar-standar moral pribadi dalam hubungannya dengan orang lain agar dapat terjamin keharmonisan dan tidak ada seorang pun yang akan dirugikan.

Etika dalam studi kelayakan bisnis dibagi menjadi :

a. Etika peneliti pada responden.

Dalam pengumpulan data dari para responden , diperlukan serta diingat hak atas kebebasan pribadi sehingga responden tidak akan dirugikan baik secara fisik maupun secara mental.

b. Etika peneliti pada klien.

Dalam suatu studi kelayakan bisnis pertimbangan-pertimabangan etis terhadap klien sangat perlu diperhatikan. Karena klien mempunyai hak atas penelitian yang dilakukan secara etis.

[7] " Studi Kelayakan Bisnis", http://karyatulisilmiah.com/studi-kelayakan-bisnis/, 28 Januari 2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Etika peneliti pada asisten.

Peneliti biasanya selalu memilki asisten peneliti, tidak etis jika menugaskan seorang asisten melakukan suatu wawancara yang bisa membahayakan.

d. Etika klien.

Terjadinya peneliti kelayakan bisnis diminta oleh kliennya untuk mengubah data, mengartikan data dari segi yang menguntungkan ataupun menghilangkan bagian-bagian dari hasil analisis yang dianggap dapat merugikan, kalau peneliti menuruti keinginan tersebut maka bisa jadi profesi peneliti akan hancur.

5. Tujuan Dilakukan Studi Kelayakan[8]

Ada lima tujuan dilakukan studi kelayakan, yaitu:

a. Menghindari Resiko Kerugian

Untuk mengatasi resiko kerugian di masa yang akan datang ada semacam kondisi kepastian. Kondisi ini ada yang dapat diramalkan akan terjadi atau memang dengan sendirinya terjadi tanpa dapat diramalkan. Dalam hal ini fungsi studi kelayakan adalah untuk meminimalkan resiko yang tidak kita

[8] Kasmir dan Jakfar," *studi kelayakan bisnis*",(Jakarta: Penerbit Kencana,2012),13.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

inginkan, baik resiko yang dapat kita kendalikan maupun yang tidak dapat dikendalikan.

b. Memudahkan Perencanaan

Jika kita sudah dapat meramalkan apa yang akan terjadi dimasa yang akan datang, maka akan mempermudah kita dalam melakukan perencanaan dan hal-hal apa saja yang perlu direncanakan.

c. Memudahkan Pelaksanaan Pekerjaan

Dengan adanya berbagai rencana yang sudah disusun akan sangat memudahkan pelaksanaan usaha. Para pelaksana yang mengerjakan bisnis tersebut telah memiliki pedoman yang harus diikuti. Pedoman tersebut telah tersusun secara sistematis, sehingga usaha yang dilaksanakan dapat tepat sasaran dan sesuai dengan rencana yang sudah disusun.

d. Memudahkan Pengawasan

Dengan telah dilaksanakannya suatu usaha sesuai dengan rencana yang sudah disusun, maka akan memudahkan kita untuk melakukan pengawasan terhadap jalannya usaha. Pengawasan ini perlu dilakukan agar tidak melenceng dari rencana yang telah disusun.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. Memudahkan Pengendalian

Apabila dalam pelaksanaan pekerjaan telah dilakukan pengawasan, maka jika terjadi penyimpangan akan mudah terdeteksi, sehingga dapat dilakukan pengendalian atas penyimpangan tersebut. Tujuan pengendalian adalah untuk mengendalikan pelaksanaan agar tidak melenceng dari rel yang sesungguhnya, sehingga pada akhirnya tujuan perusahaan akan tercapai.

B. Definisi umum SWOT menurut para ahli

SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan-tantangan yang dihadapi.[9]

Kekuatan/kelemahan internal, digabungkan dengan peluang/ancaman dari eksternal dan pernyataan misi yang jelas, menjadi dasar untuk penetapan tujuan dan strategi.Tujuan dan strategi ditetapkan dengan maksud memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi kelemahan.

[9] Jogiyanto," *Sistem Informasi Strategik untuk Keunggulan Kompetitif*",(Yogyakarta:Penerbit Andi Offset,2005).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. **Penjelasan SWOT yaitu :**

a. Kekuatan (*Strenghts*)

Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keungulan-keungulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani. Kekuatan adalah kompetisi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar

b. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut daoat berupa fasilitas, sumber daya keuangan,kemampuan manajemen dan keterampilan pemasaran dapat merupakan sumber dari kelemahan perusahaan.

c. Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah situasi penting yang mengguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecendrungan – kecendrungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahaan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasokk merupakan gambaran peluang bagi perusahaan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Adanya peraturan-peraturan pemerintah yang baru atau yang direvisi dapat merupakan ancaman bagi kesuksesan perusahaan.

Analisis SWOT (Strenght, Weakness, Opportunity, Threats) merupakan suatu alat analisis untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis dalam merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strenght) dan peluang (Opportunity), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weakness) dan ancaman (Threats).

Kinerja suatu perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. Dalam analisis ini menjabarkan tentang lingkungan internal yaitu Strenght dan Weakness serta lingkungan ekternal Opportunity dan Threats. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang (Opportunity) dan Ancaman (Threats) dengan faktor internal Kekuatan (Strength) dan Kelemahan (Weakness).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. **Fungsi Analisis SWOT :**

Fungsi dari Analisis SWOT adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan eksternal (peluang dan ancaman).

Analisis SWOT tersebut akan menjelaskan apakah informasi tersebut berindikasi sesuatu yang akan membantu perusahaan mencapai tujuannya atau memberikan indikasi bahwa terdapat rintangan yang harus dihadapi atau diminimalkan untuk memenuhi pemasukan yang diinginkan.

Analisis SWOT dapat digunakan dengan berbagai cara untuk meningkatkan analisis dalam usaha penetapan strategi. Umumnya yang sering digunakan adalah sebagai kerangka / panduan sistematis dalam diskusi untuk membahas kondisi altenatif dasar yang mungkin menjadi pertimbangan perusahaan.

3. **Matriks SWOT** [10]

Matriks SWOT dapatmenggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dankelemahan yang dimilikinya.

[10] Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*(Jakarta :PT. Gramedia Pustaka Utama,2006).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan altenatif strategis.

Tabel 2.1

Matriks SWOT

IFAS EFAS	**Kekuatan (*Strength*)**	**Kelemahan (*Weakness*)**
Peluang (*Opportunity*)	**STRATEGI SO** Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	**STRATEGI WO** Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman (*Threats*)	**STRATEGI ST** Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	**STRATEGI WT** Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Berikut ini adalah keterangan dari matriks SWOT diatas :

a. Strategi SO (*Strength and Oppurtunity*). Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar – besarnya.

b. Strategi ST (*Strength and Threats*). Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

c. Strategi WO (*Weakness and Oppurtunity*). Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Strategi WT (*Weakness and Threats*). Strategi ini berdasarkan kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

C. **Beberapa ayat dan hadis yang mendukung manusia untuk melakukan usaha**

وَأَحَلَّ اللّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

"Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba."

يَاأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُواْ لاَ تَأْكُلُواْ أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلاَّ أَن تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنكُمْ

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka-sama suka di antara kamu."

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللهُ عَنْهُ أَنَّ النَّبِيُّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ الْكَسْبِ أَفْضَلُ ؟ قَالَ: عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُوْرٍ

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

“Dari Rifa’ah bin Rafi’ ra. Ia berkata, bahwasannya Rasulullah SAW pernah ditanya: Usaha apakah yang paling halal itu (ya Rasulullah) ? Maka beliau menjawab, “Yaitu pekerjaan seseorang dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli itu baik.” (HR. Imam Bazzar. Imam Hakim menyatakan shahihnya hadits ini)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id